

15. *Невская Н.И.* Индия и Петербургская Академия наук XVIII в. // Ариаварта. – 1996. – С.15–18.; Пан Т. А., Шаталов О. В. Архивные материалы по истории западноевропейского и русского китаеведения. – Воронеж, 2004.
16. См.: *Дацышен В.Г.* История Российской духовной миссии в Китае. – Гонконг, 2010; История Российской духовной миссии в Китае: Сборник статей. – М., 1997; Материалы для истории Российской духовной миссии в Пекине. / Изд. под ред. Н.И. Веселовского. Вып.1. – СПб., 1905; Российско-китайские отношения в XVIII в. Материалы и документы (1725-1727 гг.). – М., 1990; Русско-китайские отношения в XVII веке. Материалы и документы (1608-1683 гг.). – М., 1969; Русско-китайские отношения в XVII веке. Материалы и документы (1686-1691 гг.). – М., 1972; Русско-китайские отношения в XVIII веке. Материалы и документы (1700-1725 гг.). – М., 1978 и др.
17. *Су Лин Фенг.* От Нерчинского трактата к Кяхтинскому договору: из истории культурных связей России и Китая // Сборник докладов международной конференции «Российско-китайские отношения: история и современность». – Пекин, 2008. – С. 17–26. (на кит. яз.).

УДК 65.01

Веселова Людмила Сергеевна, к. и. н.

Санкт-Петербургский Государственный Университет

Факультет Международных Отношений

milaveselova@gmail.com

ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ТАЛАНТАМИ В КИТАЕ

Аннотация. В данной статье рассматриваются проблемы управления талантами в Китае, определены главные причины появления «менеджмента талантов», а также проанализированы различные взгляды на его значимость. Китайские фирмы все чаще используют различные стратегии для управления талантами, при этом степень реализации стратегии зависит от величины компании. Цель статьи показать наиболее важные проблемы, с которыми могут столкнуться практики, желающие успешно работать в Китае. Данное исследование может представлять интерес для руководителей компаний и специалистов в области управления человеческими ресурсами, оно позволит эффективно осуществлять управление талантами в организациях.

Ключевые слова и фразы: Китай, управление талантами, менеджмент талантов, гуаньси.

Veselova Liudmila Sergeevna, candidate of historical sciences

Saint-Petersburg State University

School of International Relations

TALENT MANAGEMENT CHALLENGES IN CHINA

Abstract. This article focuses on talent management issues in China, identifies the main causes of «talent management» appearance in China, as well as analyses different views on its necessity and importance. Increasingly, Chinese companies use different strategies for talent management, the degree of implementation of the strategy depends on the company's size. The article aims to show the most important issues that experts may experience wishing to work effectively in China. This study may be of interest to executives and specialists in the field of human resource management, it will effectively implement talent management in organizations.

Key words and phases: China, talent management, guanxi.

1. Введение

За последние десятилетия в Китае произошли большие изменения. Во-первых, Китай перестал считаться страной с самой дешевой рабочей силой. Китайские топ-менеджеры стали зарабатывать намного больше, чем менеджеры в Индии и странах Юго-Восточной Азии. Во-вторых, Китай, который ранее считался лишь производственной площадкой для многих компаний, сам стал источником инноваций и технологий. Например, на сегодняшний момент китайская компания Huawei является одним из самых инновационных брендов мира и может соперничать с такими гигантами как Apple. Вместе с компанией Huawei они вышли на международный рынок и вступили в борьбу за талантливых топ-менеджеров. Все больше китайских компаний занимают лидирующие позиции в мире, что, в большой степени, обеспечивается их человеческими ресурсами. Ярким примером может служить компания Alibaba, основатель которой Джек Ма уделяет особое внимание развитию сотрудников и, так называемому, человеческому капиталу.

Само понятие «человеческий капитал» появилось во второй половине XX в. в публикациях американского ученого-экономиста Теодора Шульца «Human Capital in the International Encyclopedia of the Social Sciences» [1], а в последствии в работе Гэри Беккера «HumanCapital» [2].

Наиболее полное определение данному понятию дал А.Ю. Корчагин «Человеческий капитал - это интенсивный и сложный фактор развития экономики и общества, включающий трудовые ресурсы, знания, инструменты интеллектуального и организационного труда, среду обитания и интеллектуальной деятельности, обеспечивающие эффективное и рациональное функционирование человеческого капитала как производительного фактора развития» [3].

На сегодняшний момент Китай и Индия являются самыми большими экономиками в Азии, которые экспортируют таланты, а с ними и знания, за границу. Китайская Академия Социальных Наук приводит данные, что более 35 млн. китайцев работают за пределами Китая, что делает китайцев самой большой группой иностранной рабочей силы в мире [4, с. 13].

Глобализация и размывание границ привело к тому, что многие молодые люди получили возможность уехать учиться в университеты за границу. В настоящее время существует большое количество программ по обмену для студентов, которые предоставляют возможность уехать на включенное обучение в другую страну на год и более, например, широко распространенная программа обмена Erasmus. Окончив университеты за границей, многие китайские студенты стараются остаться работать в другой стране. Более того, несмотря на то, что часть китайских студентов уезжают учиться на магистерские программы благодаря поддержке со стороны правительства КНР и обязаны в последствии отработать в Китае от 3-5 лет, многие из выпускников идут на хитрости и не возвращаются в страну.

В 2013 г. китайская газета «Жэньминь жибао» опубликовала статью о том, что в Китае самая большая в мире «утечка мозгов». Данные Министерства энергетики США свидетельствуют о том, что 85% китайцев, которые в 2006 г. получили докторские (технические специальности) степени в США, в 2011г. все еще оставались в США и не вернулись в Китай [5].

Тайваньский институт по миграционной политике приводит данные, что в 1970-1980 -х гг. около 20% выпускников колледжей уехали за границу получать высшее образование (преимущественно в США, в незначительной степени в Японию), и лишь небольшая часть из них вернулась. В пик «утечки мозгов» в 1979г. лишь 8% студентов от общего числа уехавших вернулись обратно на Тайвань после окончания обучения [6].

В настоящее время ситуация начинает меняться, наблюдается тенденция к возвращению китайских специалистов, получивших образование за рубежом, обратно в Китай. Это обусловлено тем, что в Китай проникает все больше многонациональных компаний (МНК), которые способны предложить соискателям не только интересную работу в иностранной компании, но и достойную зарплату. Работа в МНК позволяет некоторым китайцам часть времени проводить за границей, а часть в Китае, что делает работу еще более привлекательной. Более того, для МНК выгоднее нанимать местных менеджеров, так как стоимость услуг иностранного специалиста, готового переехать жить и работать в Китай значительно выше, при этом есть вероятность, что он не сможет эффективно работать в специфичной китайской бизнес-среде.

Доказательством изменения ситуации может служить новая аксиома сингапурской программы для бизнес-лидеров, которая гласит: «Смотрите на Запад, как на место, где можно получить образование высокого мирового уровня, и на Восток, как место для карьеры» [7, с.13].

2. Талант: сущность и определение

Согласно словарю С.И. Ожегова: «Талант - это выдающиеся врожденные качества, особые природные способности. Человек, обладающий такими качествами, способностями» [8].

Термин «талант-менеджмент» (Talent management) ввел (разработал, предложил) исполнительный директор компании «Softscape» Дэвид Уоткинс, он использовал его в своей книге «Системы управление талантами» в 2004 году.

Однако он не был первооткрывателем, уже в 1970-х гг. была признана зависимость между показателями эффективности работы компании и уровнем развития человеческих ресурсов в ней. В конце 1990-х крупнейшее консалтинговое агентство McKinsey опубликовало известный отчёт «Война за таланты», и руководители многих компаний задумались о том, как работать с талантами.

Менеджмент талантов, который также называют менеджментом человеческого капитала (Human Capital Management) позволяет определить талантливых сотрудников и управлять талантами в рамках стратегии компании. «Управление талантами – это попытка спрогнозировать, какие человеческие ресурсы понадобятся компании, и создать условия для их своевременного привлечения. В хорошо организованной команде талант выступает в качестве «планки», на которую равняются другие сотрудники, он способен зажечь коллег своим энтузиазмом и нетипичным, творческим подходом к решению проблем» [9, с. 85].

Управление талантами является комплексным понятием и включает множество составляющих, наиболее значимыми из них являются:

- привлечение и отбор

Многие страны начинают борьбу за таланты еще на этапе получения студентами высшего образования. Америка, Канада, Франция, Великобритания и Австралия давно зарекомендовали себя, как страны с лучшими университетами и системами образования, однако Сингапур быстрыми темпами строит образовательную инфраструктуру мирового уровня, а Китай привлекает все больше студентов из Индии и Южной Кореи.

Например, для того чтобы заполучить квалифицированные кадры в Китае компания «Microsoft» выстроила связи с местными правительствами и проводила рекрутирование талантливых студентов в лучших технических университетах Китая. В 2004 г. азиатский филиал «Microsoft» - «Microsoft Research Asia» - подписал соглашение с Китайским министерством образования о создании совместных компьютерно-научных лабораторий в четырех самых престижных университетах страны: Гонконгском университете науки и техники, Чжэцзянском университете, Харбинском технологическом университете и университете Цинхуа. Более того, при подборе топ-менеджеров компания старалась нанимать на работу этнических китайцев, которые хорошо понимали азиатский менталитет, но при этом долгое время прожили в США и умели взаимодействовать с европейскими и американскими коллегами [10, с.210].

- развитие и продвижение персонала;

Стоит отметить, что из-за того, что китайцы начинают свою карьеру раньше, возраст китайских топ-менеджеров зачастую меньше, чем в других странах. Именно поэтому в Китае уделяют большое внимание развитию управленческих способностей у молодых топ-менеджеров. Например, для этого запускают местные и глобальные программы по развитию карьерного роста и тренировки управленческих навыков. Интересный пример приводит директор шанхайского офиса компании McKinsey Гордон Орр (Gordon Orr) о способах развития и сплочения коллектива в Китае. Компания приглашает более 500

сотрудников с различным стажем работы поучаствовать в мероприятиях, которые называются «День ценностей» (Values Day). На этих мероприятиях руководство компании стремится установить более прочные связи внутри компании. Он описывает некоторые из упражнений, например, в произвольном порядке сотрудников делят на небольшие группы и просят разыграть небольшие сценки из повседневной рабочей жизни. Каждый сотрудник должен играть должность отличную от той, которую он занимает в реальной жизни. Данное упражнение помогает понять внутренние процессы компании, а также поставить себя на место другого сотрудника. Также, часто применяется упражнение «коллаж», т.е. из выданных газет и журналов необходимо вырезать изображения или слова, которые, по мнению каждого сотрудника, лучше всего отображают ценности и миссию компании, и посмотреть разделяют ли коллеги данное мнение [11].

Для многих МНК проблемой является мотивация сотрудников, а также развитие их инициативности, что является следствием разницы западной и китайской культур. В Китае с давних времен существует система иерархии отношений между старшими и младшими, руководителями и подчиненными. В отличие от Запада, где инициативы приветствуются и ожидаются, младший менеджер в Китае старается не проявлять инициативы, так как боится нарушить планы руководства, в которые он может быть не посвящен. Отсюда получается двойная проблема – если ожидания и цели не обозначены конкретно высшестоящим руководством, то региональные менеджеры могут не проявлять инициативы, что приведет к тому, что руководство будет считать, что они не справляются с задачами, а сами исполнители будут считать руководство слабым, не способным четко выразить свои цели и желания.

- обучение персонала

Ввиду культурных и социальных различий, иностранные компании, которые работают в Китае, следует уделять больше внимания обучению новых сотрудников. Необходимо точно донести до сотрудника, что именно компания ждет от него, каковы основные задачи и миссия компании. Все это требует времени, поэтому многие компании стараются переманить опытных сотрудников, уже работавших в иностранных компаниях, а не обучать молодых специалистов.

- Удержание сотрудников

Большую сложность в Китае составляет удержание талантливых работников на местах. Например, в 2010 в Китае открылось более 50 новых иностранных компаний, которые начали активно набирать персонал. Самый быстрый способ для этого – переманить квалифицированный персонал из других компаний. В результате, чего текучесть кадров в том году составила 25-30%.

Даже работники, удовлетворенные своей работой, испытывают давление со стороны кадровых агентств, так как они предлагают им более выгодные условия труда. Потеря топ-менеджера может дорого обойтись компании, например, компания IBM China подсчитала, что она потеряла часть своих

продаж в некоторых регионах просто из-за того, что не смогла найти достаточно натренированного персонала [12].

3. Управление талантами в китайской бизнес среде

В 2010-2011 гг. компания Blackwood Group провела опрос среди топ-менеджеров европейских компаний, входящих в FTSE 100 (Financial Times Stock Exchange Index, т.е. ведущий индекс Британской фондовой биржи), которые взаимодействуют с Китаем. Опрос показал, что многие компании, работающие в Китае, сталкиваются с проблемой нехватки талантливых топ-менеджеров, которые понимают специфику Китая и могут эффективно работать в западных МНК. Во многом это связано с тем, что многие перспективные китайские специалисты эмигрировали за рубеж, а часть специалистов не владеют английским языком на достаточном уровне. Китайское правительство не стремится активно внедрять английский язык, а также западную культуру в школьную систему образования и повседневную жизнь китайской молодежи. Проблемы создает и непонимание культурной специфики Китая, например, концепции «лица», «гуаньси» и лояльности. Для ведения успешного бизнеса в Китае необходимы связи с правительственными чиновниками, а поскольку политическая ситуация постоянно меняется, то существует постоянная необходимость поддерживать данные связи. В Китае общение подразумевает построение отношений «гуаньси», в то время как на Западе под деловым общением подразумевают оперативный обмен информацией. Отношения в Китае строятся на конфуцианской концепции «Пяти важнейших отношений», поэтому необходимо относиться к своим руководителям, коллегам и подчиненным, также как вы относитесь к своим родителям, братьям/сестрам и детям.

Более того, в период Мао Цзэдуна была распространена китайская система гарантированной пожизненной трудоустроенности, которая называлась «железная чаша риса» (铁饭碗). Все население страны было разделено на рабочие коммуны, партия контролировала все сферы жизни населения. Работая в рабочих коллективах, у сотрудников не было необходимости проявлять инициативу. В современном Китае «железная чаша риса» стала синонимом для работы, которая является стабильной, но при этом не является лучшей или позволяющей проявить себя, свои таланты. Для многих западных топ-менеджеров такой тип мышления вызывает сложности, особенно в ситуациях, когда появляется необходимость вдохновить или замотивировать сотрудника. Следствием такой системы является хорошая работа в команде, но в то же время неэффективное взаимодействие с другими командами или отделами, уважение к авторитету и потребность четко объяснять поставленные задачи, отсутствие желания взять инициативу в свои руки, низкий уровень инноваций и т.д.

Интерес также представляет распространенный среди китайцев подход использовать западные компании для увеличения своей рыночной стоимости как специалиста, для того чтобы впоследствии перейти в китайскую государственную или частную компанию, но на более высокую должность и зарплату. Интерес представляет пример компании Novartis. Рынок специалистов в сфере фармацевтических исследований и разработок является международным,

поэтому, когда в 2001 г. Novartis начала активно сотрудничать с государственным Шанхайским институтом лекарственных веществ (Shanghai Institute Materia Medica), она столкнулась с проблемой нехватки профессионалов. У компании было два источника для подбора сотрудников: во-первых, китайцы, получившие образование в США и вернувшиеся обратно в Китай, во-вторых, выпускники лучших китайских университетов. С вернувшимися специалистами возникало много проблем, так как они требовали американский «компенсационный пакет», кроме зарплаты включающий в себя различные премии, страховки, оплату услуг, другие формы поощрения, и предоставление возможности получения западного образования для их детей. Выпускники местных ВУЗов были более эффективными, но после 12-18 месяцев работы возникали проблемы с удержанием их на должности, так как после прохождения международных профессиональных тренингов в Novartis, они становились привлекательными кандидатами для конкурентов. Novartis пересмотрела свою стратегию: во-первых, компания стала набирать сотрудников не из центральных городов Китая, а из провинций, где было меньше конкурентов, во-вторых они спонсировали программы повышения квалификации при Пекинском Университете, что снизило затраты на тренинги, в-третьих они уравнивали уровень размер зарплат для всех сотрудников. Через 1 год, процент текучести персонала снизился до 3 % [13].

На сегодняшний момент многие китайские компании могут предоставить конкурентную зарплату, а также предложить работу в международном бизнесе, при этом у менеджеров не возникает необходимости работать на английском языке и объяснять западным менеджерам все тонкости китайской бизнес-среды. Мотивирование китайских менеджеров также имеет свою специфику: с каждым сотрудником необходимо общаться отдельно, показывать свое уважение и заинтересованность. Создание высокоэффективной команды в Китае всегда проблематично, так как командная работа требует сильного лидера. В Европе принято делегировать полномочия сотрудникам, однако в Китае от топ-менеджеров ожидают полной ответственности за проект [14].

Западные компании фокусируются на найме ключевых топ-менеджеров, но фирмы, которые конкурируют на местных и региональных рынках понимают, что им необходимы таланты-практики, разбирающиеся в тонкостях производства. С 2011 г. всемирно известная китайская компания Huawei запустила схему рабочего опыта для студентов европейских и американских университетов. Ежегодно компания выбирает около 14 студентов из таких университетов как Оксфорд, Кембридж, Университетский колледж Лондона, Саутгемптонский университет. Участвовать в программе могут только талантливые студенты, которые находятся на втором или третьем году обучения. Такая схема помогает привлечь будущих иностранных специалистов, показав им преимущества работы с компанией Huawei. Стоит отметить, что ежегодно компания берет на работу от 6000 до 10000 новых сотрудников в 23 центра исследований и разработок по всему миру [15].

В Китае отделы по подбору персонала большей частью являются пассивными, исполняющими лишь административные функции и не

стремящимися развивать сотрудников. Стоит отметить, что современная китайская молодежь воспитывалась в рамках политики «одна семья-один ребенок», при этом родители многих из них пережили тяжелые годы Культурной революции. Культурная революция нанесла существенный урон китайскому слою интеллигенции, заставила многих талантливых людей стать такими как все и не выбиваться из общей массы. Политика «одного ребенка» повлекла за собой целое поколение избалованных детей, которым не интересно конкурировать или стараться сделать что-то лучше, так как им с рождения внушают, что они самые талантливые и успешные.

Подводя итог, среди основных причин появления «менеджмента талантов» в Китае стоит отметить следующие:

- «утечка мозгов» в Китае, которая привела к необходимости активно стимулировать молодых специалистов вернуться обратно в Китай;
- большая конкуренция во время поиска сотрудников внутри Китая, требующая выработки эффективных инструментов привлечения специалистов;
- появление западных МНК, активно проникающих на китайский рынок, нуждающихся в квалифицированной рабочей силе, которая сможет совмещать себе культурные ценности Китая и идеи Запада;
- большая «текучесть кадров», требующая поиска оптимальных решений.

Несмотря на большую численность населения, демографические и социальные факторы не позволяют КНР предоставить необходимую рабочую силу, которая необходима для дальнейшей экономической экспансии страны. Только 10% выпускников китайских колледжей имеют знания, необходимые для работы в МНК, и даже лучшие выпускники не всегда могут найти работу. Из-за усиления глобализации мобильность талантов становится важным элементом динамики, инноваций и конкуренции. Чтобы справиться с вызовами деловой среды, компаниям необходимо определить управленческий потенциал компании и уделить особое внимание долгосрочному развитию как отдельных менеджеров, так и всего коллектива.

Более того, наблюдаются тенденции к увеличению спроса на позиции в местных компаниях. Ежегодные исследования, которые проводятся Советом директоров корпораций (СЕВ) показывают, что в 2010 г. 44% китайских специалистов хотели работать в МНК, а 28% в местных китайских компаниях, в то время как в 2007 г. показатели были 41% и 9%, соответственно [13]. Все это свидетельствует о том, что местные китайские компании начинают отвоевывать позиции в плане привлекательности для специалистов, однако им придется активно трудиться над сохранением и развитием полученных талантов.

Литература:

1. Shultz T. Human Capital in the International Encyclopedia of the Social Sciences. - N.Y. – 1968. - vol. 6. - 200 p.

2. Becker G. S. Human Capital. - National Bureau of Economic Research. - Columbia University Press. - 1964. – 187 p.
3. Ю.А. Корчагин. Измерение национального человеческого капитала [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lerc.ru/?part=articles&art=1&page=119>. (Дата обращения: 27.04.2016).
4. The Global Talent Competitiveness Index. Talent Attraction and International Mobility 2015-16. [Электронный ресурс]. URL: http://global-indices.insead.edu/gtci/documents/INSEAD_2015-16_Full_Book_Ebook.pdf. (Дата обращения: 23.04.2016).
5. Larson C. Beijing's Test Tube Baby. [Электронный ресурс]. URL: <http://foreignpolicy.com/2015/09/29/beijings-test-tube-baby-china-science-zhao-bowen-bgi-start-up-gene-mapping-dropout/>. (Дата обращения: 20.04.2016).
6. Brain drain and gain: The case of Taiwan//Migration Policy Institute. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.migrationpolicy.org/article/brain-drain-and-gain-case-taiwan>. (Дата обращения: 20.04.2016).
7. Lanvin B., Evans P. (editors). [Электронный ресурс]. The Global Talent Competitiveness Index. Talent Attraction and International Mobility 2015-16. http://global-indices.insead.edu/gtci/documents/INSEAD_2015-16_Full_Book_Ebook.pdf (Дата обращения: 20.04.2016).
8. Талант// Словарь С.И. Ожегова. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ozhegov.com/words/35405.shtml> (Дата обращения: 20.04.2016).
9. Карташов С.А., Одегов Ю.Г., Шаталов Д.В. Управление талантами как HR-технология// Вестник Омского университета. - Серия «Экономика». - 2013. - № 1. - С. 85–94.
10. Burderi R., Huang T.G. Guanxi (The Art of Relationships): Microsoft, China, And Bill Gates's Plan to Win the Road Ahead. – NY. - Simon and Shuster Paperbacks. - 2006. – 320 p.
11. Orr G. Team Building in China. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mckinseychina.com/team-building-in-china/> (Дата обращения: 20.04.2016).
12. Nie W. Talent Management in China: it is not one-size-fits-all. [Электронный ресурс]. URL: http://cgd.swissre.com/risk_dialogue_magazine/Talent_in_China/Talent_management_in_China_It_is_not_one-size-fits-all.html. (Дата обращения: 20.04.2016).
13. Talent management essentials in a land of paradox// Into China. Pageup people research. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pageuppeople.com/wp-content/uploads/2012/06/Into-China-Talent-Management-Essentials.pdf>. (Дата обращения: 20.04.2016).
14. Cultural understanding is essential for effective leadership in China. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hrmagazine.co.uk/article-details/cultural-understanding-is-essential-for-effective-leadership-in-china>. (Дата обращения: 20.04.2016).
15. IT firm Huawei to send graduate scheme recruits to China for work placement. HR Editorial, MAY 17, 2012 [Электронный ресурс]. URL:

УДК 327.8

Галиуллин Марат Зуфарович, канд. ист. наук, доцент
Кафедра международных отношений и зарубежного регионоведения
Казанский (Приволжский) федеральный университет
maratscorpion@yandex.com

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ КНР И ИНДИИ В ПЕРВОМ ДЕСЯТИЛЕТИИ XXI ВЕКА.

Аннотация. В статье рассматриваются основные направления торгово-экономических и политических отношений КНР и Индии в начале XXI века. В частности анализируются урегулирование пограничных проблем государств и взаимодействия оборонных ведомств двух стран.

Ключевые слова и фразы: Китайская Народная Республика, Индия, экономика, политический диалог, отношения, торговля.

Galiullin Marat Zufarovich, *candidate of historical sciences,*
associate Professor
Department of international relations and foreign regional studies
Kazan (Volga region) Federal University
maratscorpion@yandex.com

TRADE, ECONOMIC AND POLITICAL RELATIONS OF CHINA AND INDIA IN THE FIRST DECADE OF THE XXI CENTURY.

Abstract. *This article discusses the basic directions of trade, economic and political relations People's Republic of China and India in the early XXI century. In particular analyses the settlement of border issues and interaction states defense departments of the two countries.*

Key words and phrases: *People's Republic of China, India, economy, political dialogue, relations, trade.*

Положительная динамика китайско-индийских отношений в новом столетии, которая выразилась в повышении в 2005 г. их статуса до уровня стратегического партнерства, а также в важных итогах визита в ноябре 2006 г. в Индию председателя КНР Ху Цзиньтао, была сохранена и в последующий период. Наиболее значимыми событиями традиционно стали встречи на высшем уровне, включая состоявшийся в январе 2008 г. официальный визит в Пекин премьер-министра Индии М. Сингха.